

効果のあった 地方集客8選

LEADCLOVER株式会社

社会保険労務士 清永仁

地域密着型の集客で、特におすすめする集客法を
8選（+2選）それぞれ5段階評価でまとめています。

① ホームページ（SEO対策）

集客度	★★★
コスト	★★
労力	★
知識必要性	★★★
おすすめ度	★★★★★

ホームページをGoogle・Yahooで上位表示させる戦略です。

正直、都市だと競合が多いので、上位表示するのはかなり難しいです。

ただ、競合が少ない地方では、ちょっとしたSEO対策で上位に表示できる場合も多いので、かなりおすすめしています。

※簡単なSEO対策については、セミナー動画の中で解説しておりますので、もしよろしければご覧ください。

② リスティング広告（検索連動型の広告）

集客度	★★★★★
コスト	★★★★
労力	★★
知識必要性	★★★★★
おすすめ度	★★★★★

検索すると、検索したキーワードに連動してGoogleやYahooに出ってくる広告（キーワード広告）のことです。

ホームページと同じように、競合が多い都市では広告費が高くて使いにくいですが、地方では逆にまだまだ使えます。

広告費も比較的安く（月額3万円～）競合が少ないため広告も表示しやすいので、地域密着の集客としてはかなり強力です。

※あくまでリスティング広告であって、ディスプレイ広告ではないので注意（ちなみに、SNS広告を地域で絞って出す場合は、相性が悪くおすすめしていません）

③ 地方紙（地域に密着したフリーペーパーや雑誌等）

集客度	★★～★★★★
コスト	★★★
労力	★★
知識必要性	★★
おすすめ度	★★★

地域によっては、かなりおすすめな集客媒体です。

地域密着の地方紙があり、見ている方も多い地方紙であれば、そこに広告を出すとかなりのお客様を獲得できる可能性があります。

ただ、地域によって地方紙の強さ（認知度、シェア等）が違うので、集客率に幅があるのが弱点ですが...

一度、あなたの地域で

「地方紙がないか？」

「どれくらいの人が見ているか？」

「ターゲットとなるお客様が見ているか？」

などを地方紙の担当の方にお聞きするなどでチェックしていただくことをおすすめします。

④ ポスティング・チラシ集客

集客度	★★★
コスト	★★
労力	★★★★★
知識必要性	★★★
おすすめ度	★★★

「ポスティング？」と思われたかも知れませんが、やり方さえ間違わなければかなり効果の高い集客法です。

(都市でも使えますが、地方が断然有利)

※「**開封率** (いかにチラシを読んでもらえるか) 」

「+**反応率** (いかに問い合わせや来店などにつなげるか) 」

この2つがカギになります。

また、自分の足で配る場合は、チラシ作成+印刷代しかかからないのでコストの面でもおすすめです。

※チラシをご自身で作成する場合は「Canva (キャンバ) 」というサービスが使いやすいかと思います。

⑤ Googleビジネスプロフィール (MEO対策)

※日：Googleマイビジネス

集客度	★
コスト	★
労力	★
知識必要性	★★
おすすめ度	★★★★

評価は高くありませんが、無料で使えて一度、作成すればそこまで多くのことをやる必要もないので必ず使いましょう。

(特に店舗ビジネスの場合は、絶対に作っておきたいです)

Google Map上にあなたのお店が表示されるようになりますし、Googleビジネスプロフィールのクチコミが良ければ、そこからお客様が来てくれたり、問い合わせなどもあるので、もし作っていない場合はこれからすぐにでも作りたくらいです。

ポイントとしては、入力できる箇所は（店舗の説明文、営業時間、提供地域など）すべて記載しておくことをおすすめします。

※集客力が特別高いわけではないですが、費用（労力）対効果がバツグンです。

⑥ パブリシティ (PR)

集客度	★★★
コスト	★
労力	★★
知識必要性	★★★★
おすすめ度	★★★★

パブリシティとは、簡単に言うと、新聞やテレビで取材に来てもらうことです。

新聞に載ることで実績にもなりますし、もちろん集客にも効果大なのでとてもおすすめしています。

特に地方の場合は、新聞社などネタを探していることが多いので、積極的にアプローチすることで、意外に簡単に取材に来てくれたりもします。

(市役所にある「**記者クラブ**」を活用するのがおすすめ)

ただ、営業目的で取材をお願いするのはやめましょう。

「社会性 (世のため・人のため・地域のため)」があることが前提です。

※例えば、「地域のためにこんなイベントをするので取材に来てくれませんか？」という前提が必要になります

⑦ 看板

集客度	★★★
コスト	★★★
労力	★
知識必要性	★★
おすすめ度	★★★

地方では「看板」もかなり集客として使えます。

大通りの横などに野立て看板（大きな看板）を設置できると、特に効果的です。

大きな看板になるほど、何十万とコストは発生しますが、場合によっては10年くらい持ったりするので、実は費用対効果もかなり高いです。

看板にあまり力を入れている競合も少ないので、穴場の集客方法でもありおすすめしております。

※注意点としては、看板に会社名・店名を大きく書いてもお客様には伝わらないので「何屋さんなのか？」をわかりやすく伝えることが大事です。

⑧ 地方CM（コマーシャル）

集客度	★★★★★
コスト	★★★★
労力	★★★★★
知識必要性	★★★
おすすめ度	★★★★

難しそうに感じますが、あなたの住んでいる地域向けにCMを出すことはかなり効果的です。

地域によって違いますが、CM費用30万～40万で、その費用もすぐにCM効果で取り返すことができます。

それに、CMで顔を覚えてもらえれば、TVに出ている人ということであなた自身が宣伝になりますので、そういった二次的な効果も期待できます。

CMに関しても、担当の方がシナリオなどをアドバイスしてくれるので、もしよろしければ積極的に活用しましょう！

地方CMおすすめです。

↓次のページからは、番外編のおすすめ集客2選の紹介です↓

■ ■ ■ 番外① LINE公式アカウント(メルマガ・ニュースレター)

集客度	★~★★★★★
コスト	★★
労力	★★★★★
知識必要性	★★★
おすすめ度	★★★★★

こちらにも必ず使ってほしい集客法です。

ただ、勘違いされている方は多いですが、LINEやメルマガ・ニュースレターは、新規客を獲得するためのツールではなく、リピーター集客（既存客の獲得）に使うツールです。

（なので、番外編という形で掲載しました。）

お客様と関係性を築き「忘れられない会社→リピートしてもらい→固定客やファンになってもらう」ツールとして使うのが1番威力を発揮します。

そして、お客様の人数が少ない地方では、**“新規顧客を集め続けるのはとても難易度が高い”**ので、どれだけ既存のお客様にリピートしてもらおうかがカギを握ります。

■ ■ ■ 番外② 紹介(クチコミ)

集客度	★★★★
コスト	★
労力	★★★★
知識必要性	★★
おすすめ度	★★★★★

紹介・クチコミも地方では、かなり効果的です。

弱点としては、紹介やクチコミはコントロールができないことですが...

(そういった意味で、番外編として記載しました。)

ただ、お客様が少ない地方では、この紹介やクチコミをどれくらい増やせるかで、大きく集客の安定度が変わりますので、積極的に増やしたいです。

また、増やすためには（ビジネスの基本ではありますが）お客様の満足度を高めることがとにかく重要です。

お客様の期待を上回る商品・サービス提供をぜひ心がけて行きましょう！

以上になりますが、

「地方でおすすめする8つの集客法（+2選）」について紹介させていただきましたが、それぞれの具体的な集客の方法などは、非常に長くなるのでここでは割愛させていただきました。

もし具体的な集客法などを知りたい場合は、僕の特典動画やウェブセミナーをご覧くださいければ幸いです。

この資料が少しでもあなたのお役に立つことができたなら嬉しく思います。

引き続き、どうぞよろしく願いいたします。